Home Electric Appliances Fair Trade Conference

家電公取協ニュース

VOL. 129

発行日 2014年11月21日

「小売業表示規約変更説明会」を全国で開催

小売業表示規約が、５年半ぶりに変更（平成 26 年７月 15 日認定、同月 25 日施行）されたことに伴い、全国８会場にて「小売業表示規約変更説明会」が実施された。

今回の規約変更は、小売業部会内に設置された小売業表示規約検討WG（主査：北原國人部会長、委員８名）にて、平成 23 年 11 月から 18 回の見直し検討が行われ、「規約の対象となる家電品に充電式電池、ガスファンヒーターなどを追加」「通信契約と家電品をセットで販売するときの必要表示事項を新設」「展示現品、未使用品などの商品状態表示を必要表示事項に追加」「長期保証を訴求する際のチラシ等における必要表示事項を追加」などの変更が行われた。

説明会は、

①公正競争規約について（景品表示法との関係、規約制度の概要など）

②規約、施行規則、運用基準の変更点の説明や、事例写真を用いた小売業表示規約の内容解説

の二部形式で、説明会用に作成された解説資料やパンフレットに基づき、家電公取協事務局より詳細に説明が行われた。全国８会場での受講者は、小売業部会会員 228 名、製造業部会会員 173 名。報道関係者等も含め合計で延べ 402 名が参加し、規約への理解を深めた。

（P.2 別表参照）。

東京・全国家電会館での説明会のもよう

【説明会内容】

①公正競争規約について
- 公正競争規約とは
- 規約制度の概要
- 景品表示法との関係
- 不当表示とは
- 景品表示法改正の動き
- 家電公取協の役割

②小売業表示規約の変更点
- 対象となる家電品について（規約第２条関連）
- 「未使用品」等の商品状態表示について（規約第３条、第７条関連）
- 通信契約と家電品のセット販売時の表示について（規約第３条関連）
- 長期保証の必要表示事項について（規約第４条関連）
- 低価格保証表示について（規約第５条関連）
- 「他店圧倒」等実現困難な用語の使用禁止（規約第７条関連）

◎北原副会長の旭日中綬章受章記念祝賀会が開催される

本年春の叙勲で「旭日中綬章」を受章された北原國人副会長の受章祝賀会が 10 月３日（金）ザ・プリンス パークタワー東京で開催された。祝賀会は、全国電商連の濱川副会長（当協議会理事）を発起人代表として、当協議会の田中会長をはじめ家電業界トップや政府関係者、関連団体などから 300 名を超す関係者が駆けつけ、受章を祝った。

北原副会長は、挨拶の中で「『手を抜かず、心も抜かず母の味』という言葉がある。今日はどんなことがあっても心を抜かず皆さんにお礼をしようと思っていた」と謝辞を述べ、会場から大きな拍手が送られた。

感謝のことばを述べる北原副会長

平成 26 年　小売業表示規約変更説明会実施状況

地区	日程	会場	参加人数
北海道	10 月 21 日（火）	札幌サンプラザ（札幌市）	48 名
東　北	10 月 16 日（木）	ホテル白萩（仙台市）	28 名
関東甲信越	9 月 26 日（金）	全国家電会館（東京都）	80 名
東　海	8 月 28 日（木）	ウインクあいち（名古屋市）	26 名
北　陸	8 月 26 日（火）	石川県地場産業振興センター（金沢市）	140 名
中　国	10 月 20 日（月）	ホテルセンチュリー21 広島（広島市）	16 名
四　国	9 月 19 日（金）	高知県電機商業組合会議室（高知市）	22 名
九　州	9 月 10 日（水）	博多都ホテル（福岡市）	42 名
合計			402 名

※近畿地区は、府県支部ごとに実施する予定

小売業部会各支部で「正しい表示　店頭キャンペーン」を実施

平成 3 年度より小売業部会支部活動の中心的事業として実施されてきた「正しい表示　店頭キャンペーン」。小売業部会の各支部が、関係行政や製造業部会の協力を得て、各地区において小売事業者が配布するチラシや当該店舗における店頭表示状況をチェックし、小売業表示規約の普及・啓発や、違反の未然防止を図ることを目的に実施されている。

今年度の全国共通調査項目は、店頭における自店平常（旧）価格との二重価格表示及びチラシ価格表示と店頭価格表示の追跡調査の２項目。全支部での店頭キャンペーンが終了した後、地域的傾向等が本部規約指導委員会に報告され、規約の普及・啓発に活かされる。

平成 26 年度は、前年度に続き小売業部会 46 支部の全てで実施される予定。ここでは、最近実施されたなかから、秋田県支部、三重県支部の状況を紹介する。

＜秋田県支部：実施日　10 月 22 日（水）訪問店舗 4 店（うち会員店 3 店）＞

当日は、小売業部会秋田県支部から山口支部長・小松規約指導委員長含め５名、行政からは秋田県生活環境部の担当官２名、製造業部会から４名の総勢 11 名にて、秋田市内の会員 3 店舗・非会員 1 店舗を訪問した。

今回の調査対象商品は、テレビ・冷蔵庫・エアコン・洗濯機の全 4 商品で、平成 26 年度共通調査項目である、①自店平常（旧）価格との二重価格表示の有無、②チラシ及び店頭における価格表示等の追跡調査を含む各調査を実施。

その結果、特に違反や問題となる表示は見当たらなかったが、一部の店舗においては、プライスカードの複数枚表示や、プライスカード

への斜め線表示等が確認された。調査後に対象店舗に対しては景品表示法や小売業表示規約のパンフレットを活用し、正しい表示に関しての説明を行い、店舗の責任者に理解を深めていただいた。

＜三重県支部：実施日　10 月 30 日（木）訪問店舗 4 店（いずれも会員店）＞

当日は、小売業部会から浅野支部委員をはじめ 3 名、行政から「三重県環境生活部」の担当官 1 名と製造業部会 4 名の総勢８名で三重県津市、鈴鹿市の会員 4 店舗を訪問した。

今回の調査品目は、テレビ、冷蔵庫及び洗濯機の 3 商品で全国共通調査項目である、①自店平常(旧)価格との二重価格表示（第６条）、②チラシ表示価格と店頭表示価格の比較（第 7 条）及び支部追加調査項目として台数限定表示（第８条）の計３項目で確認を行った。

今回の調査対象期間のチラシは、商品展示入れ替えのためのチラシが多く調査品目の掲載も少なかったため特に二重価格表示を中心に実施。

その結果①に関しては問題となりそうな表示が今回の調査品目以外で 3 点程あり店舗責任者に問題点を指摘し訂正を要請した。又、②に関してはチラシ掲載機種のプライスカードが張り忘れていたケースなど２点あり改善を要請した。上記以外は問題点も無く各店舗とも協力的であり表示についても理解されていると感じた。行政からも従来と比べきっちりと表示されているとの感想があった。

調査終了後、行政からは景品表示法のパンフレット、小売業部会からは小売業表示規約のパンフレットを手渡し表示に関しての説明を行い理解を求めた。

同支部では今後とも、当キャンペーンを継続的に実施していくことで小売業表示規約普及のための活動を推進していきたいとしている。

平成26年度「正しい表示 店頭キャンペーン」実施状況

（平成26年10月末現在）

ブロック	都道府県	実施月日
北海道	北海道	10月　9日
東　北	青　森	9月　5日
	秋　田	10月22日
	山　形	10月27日
	岩　手	10月21日
	宮　城	平成27年2月
	福　島	10月20日
関　東 甲信越	茨　城	11月26日
	栃　木	平成27年2月
	群　馬	11月17日
	千　葉	平成27年1月22日
	埼　玉	11月19日
	東　京	平成27年1月28日
	神奈川	11月20日
	山　梨	12月18日
	長　野	12月2・3日
	新　潟	10月　2日
東　海	静　岡	10月16日
	愛　知	10月28日
	岐　阜	10月23日
	三　重	10月30日
北　陸	富　山	平成27年2月6日
	石　川	10月16日
	福　井	11月18日

ブロック	都道府県	実施月日
近　畿	滋　賀	11月13日
	京　都	11月25日
	奈　良	11月　7日
	和歌山	11月11日
	大　阪	11月14日
	兵　庫	11月20日
中　国	鳥　取	10月　2日
	島　根	11月　4日
	岡　山	11月　6日
	広　島	平成27年2月
	山　口	10月21日
四　国	香　川	11月　7日
	徳　島	11月18日
	高　知	11月　6日
	愛　媛	11月11日
九　州	福　岡	10月　2日
	佐　賀	6月18日
	長　崎	10月　8日
	熊　本	平成27年2月
	大　分	11月　6日
	宮　崎	平成27年2月
	鹿児島	7月15日

※製造業部会沖縄支部は、11月19日に実施

◎「改正景品表示法に関するセミナー」を開催

開 催 日：平成26年10月22日（水）14：00～16：00
会　　場：TKP神田ビジネスセンター（東京都千代田区）
講　　師：消費者庁表示対策課
　　　　　景品・表示調査官　関口 岳史氏
参加人数：126名

　ホテルや百貨店、レストラン等における一連のメニュー表示の問題や消費者被害の深刻化を受け、改正景品表示法が平成26年12月1日に施行される。
　主な改正の内容は、①行政の監視指導体制の強化、②事業者の表示管理体制の強化、③消費生活協力団体・消費生活協力員から適格消費者団体への情報提供等であり、②については消費者庁より指針が示されることになっている。
　セミナーの講師には、消費者庁表示対策課より関口岳史景品・表示調査官を招き、改正法の内容及び「事業者が講ずべき管理上の措置についての指針（案）」について詳細に解説いただいた。指針（案）では、管理上の措置の具体例が数多く挙げられているが、講師からは「公正取引協議会に加盟している企業であれば、それらの措置はすでに実施済みと思われ、今回の改正法により追加の措置が必要とは考えられない」との説明があった。
　会員企業にとっては、どこまで追加措置が求められるのかに関心があったが、その判断の参考となる情報を得ることができ、大変有意義なセミナーとなった。

製造業部会の動き

◎全国支部活動連絡会議を開催

製造業部会は 10 月 24 日（金）家電公取協において全国支部活動連絡会議を開催した。全国 10 支部から正副支部長代理、本部から山木専務理事をはじめ各専門委員会の代表及び事務局が参加。支部相互及び支部と本部間における諸課題に対する認識の共有化を図ると共に、事業活動の効率化推進をテーマとして活発な意見交換を行った。

【当日のテーマ】

〇支部活動について（研修会の開催、各支部からの改善事例紹介を含む事業推進についての意見交換）

〇景品委員会
- 景品規約遵守体制強化月間について（第 42 回結果報告及び第 43 回実施計画、チラシ・DMの収集方法及びカウント方法の変更について）
- 製造業部会申し合わせ事項の一部見直しについて

〇小売規約関連委員会
- 小売業表示規約変更説明会の実施状況について
- 規約勉強会、店頭キャンペーン等で有効活用できるツール類の作成について

〇家電公取協シンボルマーク制定について

〇最近の関係行政機関の動向等について

◎「中国の独占禁止法に関するセミナー」を開催

開 催 日：平成 26 年 11 月 6 日（木）14：30～16：30
会　　場：ＴＫＰ虎ノ門ビジネスセンター（東京都港区）
講　　師：名古屋大学大学院国際開発研究科　教授　川島 富士雄氏
参加人数：39 名

2008 年に施行された中国の独占禁止法は、その政治体制上、独特の運用がなされているとの指摘もあることから注目されているが、本年 8 月には日本の自動車部品メーカー12 社が価格カルテルの疑いで総額約 210 億円の制裁金を課されるとの報道もあった。ほかにも外国系の企業が調査を受けるケースも増えており、同国における独占禁止法の運用が注視されている。

中国に進出している電機メーカー各社にとっても、今後の対応を見定める必要が生じていることから、運用の実態を把握する目的でセミナーが開催された。

講師の川島教授からは、中国における独禁法の運用実態について詳細な解説があったことで、参加者としても理解を深めることができ、有意義なセミナーとなった。

◎「第 42 回景品規約遵守体制強化月間」の結果まとまる

当協議会では、景品規約遵守状況の実態把握と違反の未然防止及び景品規約の周知徹底を目的に、年 2 回「強化月間」を実施している。また、全国の製造業部会 10 支部においてこの趣旨に基づき、チラシ・DM 等収集物の実態把握、被疑事案の迅速な処理等を行い、併せて、参考事例を蓄積しての「事例集」による研修会を開催している。

今回会員の被疑事案件数は 0 件（前年同期 0 件）であった。非会員の被疑事案 3 件については消費者庁に申告を行った。

【結果概要】

〇期間：平成 26 年 5～7 月
〇チラシ・DM 収集総枚数：4,512（前年同期 6,691）
〇うち景品付枚数：1,931（　〃　1,858）
〇景品企画件数：6,858（　〃　4,995）

企画内容	企画件数	被疑事案件数		
		会員	非会員	合計
購入ベタ付	2,553	0	2	2
購入抽選	2,563	0	0	0
来場記念品	972	0	1	1
来場抽選	685	0	0	0
オープン懸賞	85	0	0	0
共同懸賞	0	0	0	0
合計	6,858	0	3	3

◎「第 43 回景品規約遵守体制強化月間」を実施

【調査対象・調査期間】

①平成 26 年　秋・冬合展及び統一個展のＤＭ
②量販店等のチラシ：平成 26 年 10～12 月の内、最低 1 ヶ月間

※今回よりチラシ収集方法について一部簡素化を図っている。

行政の動き

◎景品表示法第 7 条第 2 項の規定に基づく「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」公表される

平成 26 年 12 月 1 日より施行される改正景品表示法では、新たな規定として、不当表示等を未然に防止するため、事業者に景品類の提供及び表示の管理上の措置を講じることが義務付けられることになっている。

この規定に関する指針として、同年 11 月 14 日に消費者庁より、「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針（内閣府告示第 276 号）」が公表された。

このうち、公正競争規約制度に関しては、「第 2　基本的な考え方」の中で、「従来から景品表示法や公正競争規約を遵守するため必要な措置を講じている事業者にとっては、本指針によって、新たに特段の措置を講じることが求められるものではない」とされたほか、具体的事例の一つとして、事業者が表示等が適正かどうか検討する際に、「疑義のある事項について関係行政機関や公正取引協議会に事前に問い合わせること」「当該業界の自主ルール又は公正競争規約を参考にすること」が示された。

指針の概要

表示等の管理上の措置として、事業者は、その規模や業態、取り扱う商品又は役務の内容等に応じ、必要かつ適切な範囲で、次に示す事項に沿うような具体的な措置を講じる必要がある。

1　景品表示法の考え方の周知・啓発
2　法令遵守の方針等の明確化
3　表示等に関する情報の確認
4　表示等に関する情報の共有
5　表示等を管理するための担当者等を定めること
6　表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること
7　不当な表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応

今後、事業者が過大景品や不当表示を防止するための社内措置を講じるに当たり、本指針が基準となるため、十分に内容を把握・理解をお願いしたい。

わたしの意見

当協議会では、登録された消費者モニターの方への定期的なアンケートを実施しています。
その際に寄せられたご意見を「消費者の生の声」として掲載します。

①シェア№1 という用語は、あるデータをベースに如何様にも操作でき、消費者を混乱させるものである。データの対象者の年代、性別の構成比を明確にし、片寄ったデータでオーバープロパガンダすることなく、年代別、男女別にデータを出して、消費者にデータを開示して、ミスリード、ミスジャッジしないように広告すべきと感じます。（小田原市　会社員）

②冷蔵庫を買ったときに、その商品が載っているメーカーの冷蔵庫カタログを持って帰ってきたのですが、おすすめの機能や使い方がたくさんの写真を使って掲載されているので、取扱説明書を見るより分かりやすいと思いました。そこで、カタログも説明書と一緒に保管してあります。（上尾市　主婦）

③A店のチラシに「低価格保証　様々な他店価格に対応します！」とあり、他店の店頭価格やチラシ価格等に対応すると謳っているが、販売員や商品によっては対応してくれない場合も多く、全店舗で統一されていないように思う。（足立区　会社員）

◎新たな消費者モニター体制がスタート

家電公取協では、公正競争規約の適正な運用に資するため、消費者モニター制度を設けているが、従前の消費者モニター体制が 4 年を経過したことから、今般、新たに消費者モニターを募集し、約 900 名の応募の中から 201 名を採用した（従来のモニター数は 172 名）。

募集に際しては、インターネットを活用して幅広い公募を行い、実際の人口構成に見合った地域別・男女別・年代別のモニター構成が実現できた。

新モニターの構成

	首都圏	近畿圏	合　計
女　性	69名	39名	108名
男　性	59名	34名	93名
合　計	128名	73名	201名

＜編集後記＞

正しい表示店頭キャンペーンを特集しました。現在、景品表示法の一部を改正する法律案が検討されていますが、公正競争規約の位置づけが再確認されているようです。

こうした、全国的に行政と連携した規約の普及啓発活動の重要性を感じました。（K．T）

公益社団法人
全国家庭電気製品公正取引協議会
〒105-0001 東京都港区虎ノ門1丁目19番9号
（虎の門TBLビルディング2階）
TEL：03-3591-6023　FAX：03-3591-6032
https://www.eftc.or.jp/
編集・発行人：樋口純一